

Die Online-Aktivitäten von Jugendlichen

Die Sozialisation der Jugendlichen in Bezug auf das Medium Internet unterscheidet sich signifikant von der anderer Altersgruppen. Sie gehören zur ersten Generation, die mit Computer, Internet und Onlinediensten aufwächst und entwickeln andere Gewohnheiten bei der Internet- und sonstigen Mediennutzung. Die Studie „Internet 2002“ hat gezeigt, dass bei den jugendlichen Onlinern gegenüber den Onlinern insgesamt insbesondere die höhere Nutzungsdauer, die Normalität des Multitasking (mehrere Beschäftigungen während der Internetnutzung) und spezifische Nutzungspräferenzen bei Anwendungen und Inhalten hervorzuheben sind.

Nutzung des Internet im häuslichen Medienparadies

Jugendliche nutzen das Internet vorrangig privat und von zu Hause aus.¹ Die Referenzstudien belegen dieses Ergebnis aus „Internet 2002“. 61 Prozent der Jugendlichen nutzen das Internet zu Hause, 15 Prozent in der Schule, 13 Prozent bei Freunden und sechs Prozent am Arbeitsplatz, während sie öffentliche Zugangsorte kaum frequentieren.² Die meisten Jugendlichen sind zu Hause gut mit Heimelektronik für den Mediengebrauch ausgestattet: Fast alle haben Zugang zu einem Fernseher, Videorekorder, Radio und CD-Player, und 61 Prozent auch zu einem Computer.³ Einen eigenen Internetzugang zu Hause haben 28 Prozent der 12- bis 19-Jährigen.⁴

15 Prozent nutzen das Internet in der Schule, 13 Prozent bei Freunden und sechs Prozent am Arbeitsplatz. Je nach Bildungsgruppe variiert dabei der Nutzungsort. Unter den regelmäßigen Nutzern gehen Gymnasiasten eher von zu Hause aus ins Internet, während Hauptschüler auf außerhäusliche Zugangsmöglichkeiten zugreifen, sei es bei Freunden, in der Schule, in Jugend- oder Freizeiteinrichtungen, bei Verwandten und Bekannten oder im Internet-Café.⁵

¹ Vgl. Internet 2002, S. 124.

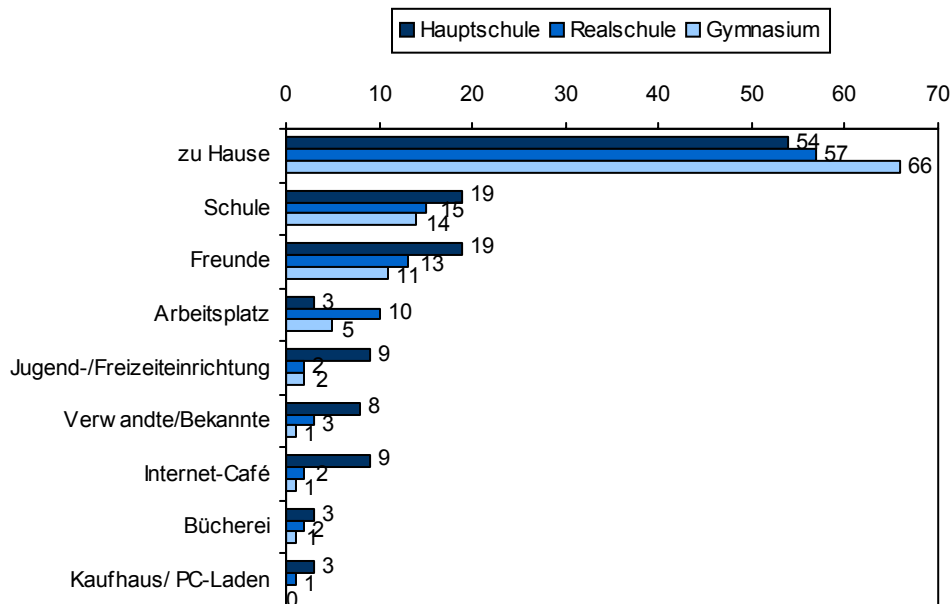
² Vgl. JIM 2002, S. 45ff.

³ Vgl. Gerhards, Maria; Walter Klingler: Eine Prognose auf der Basis aktueller Daten. Mediennutzung in der Zukunft. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 115-130, hier: S. 117. Künftig zitiert: Gerhards, Klingler 2003.

⁴ Vgl. JIM 2002, S. 17.

⁵ Vgl. JIM 2002, S. 45ff.

Abbildung 1 Nutzungsfrequenz der Onliner 12-19 Jahre nach Orten, Angaben in Prozent



Quelle: JIM 2002, S. 46

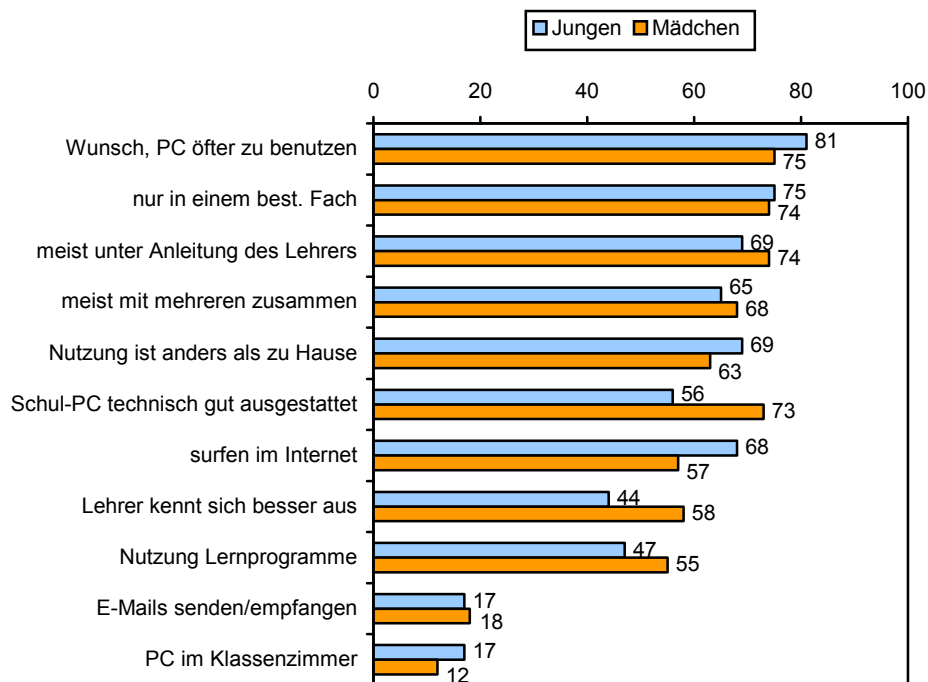
Neuere Daten aus 2003 zeigen, dass immer mehr Personen von mehreren Orten aus auf das Internet zugreifen. 41 Prozent aller Onliner in Deutschland gehen sowohl von zu Hause aus als auch am Arbeitsplatz, in der Universität oder in der Schule ins Internet. Dabei greifen überdurchschnittliche viele Jüngere (14-29 Jahre) (auch) außer Haus auf Onlinedienste zu.⁶ Auf die Art der Nutzung dürfte der jeweilige Zugangsort auch bei den Jugendlichen Auswirkungen haben. Während zu Hause sicher vielfach eine relativ selbstbestimmte und zeitintensive Nutzung erfolgen kann, dürfte eine Internetsitzung in der Schule, bei Freunden oder anderswo außer Haus fremdbestimmter und nicht so ungestört ablaufen.

Die folgenden Ergebnisse zur Computernutzung in der Schule verdeutlichen dies exemplarisch. 64 Prozent der Schüler geben an, dass sie in der Schule zumindest selten einen Computer benutzen, meist aber nur in einem bestimmtem Fach und unter der Anleitung von Lehrern. Meist teilen sich die Schülerinnen und Schüler dabei zu mehreren ein Gerät. Über drei Viertel sagen, dass die Nutzung anders ist als zu Hause.⁷ Leichte Unterschiede bei der Art der Computer-Nutzung in der Schule ergeben sich, wie die Abbildung zeigt, im Vergleich von Mädchen und Jungen. Mehr Jungen als Mädchen surfen beispielsweise in der Schule im Internet.

⁶ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 348f.

⁷ Vgl. JIM 2002, S. 39f.

Abbildung 2 Computer-Nutzung in der Schule, Antworten in Prozent „stimme voll und ganz zu“



Quelle: JIM 2002, S. 40

Nutzungsintensität bei den Jugendlichen mit steigender Tendenz

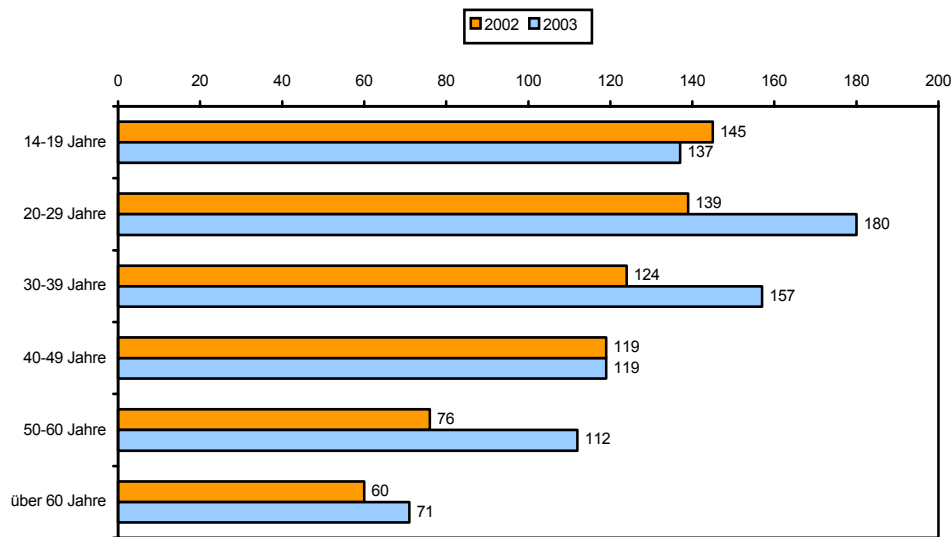
In 2002 nutzten die 14- bis 19-Jährigen von zu Hause aus durchschnittlich rund zehn Stunden pro Woche das Internet, in Schule und Ausbildung rund zwei Stunden wöchentlich.⁸ Rechnet man die Daten aus „Internet 2002“ in Minuten pro Tag und über die verschiedenen Zugangsorte (zu Hause, am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz, sonstige Orte wie Internetcafé) um, gehen die Jugendlichen täglich durchschnittlich 108 Minuten ins Internet, die Onliner insgesamt hingegen 99 Minuten.

Nach Angaben der ARD/ZDF-Onlinestudie 2003 ist insgesamt die Intensität der Onlinenutzung in den letzten Jahren gestiegen; bei den Jugendlichen ist diese Entwicklung besonders ausgeprägt. Zwischen 1997 und 2002 stieg die Nutzungsdauer von 93 Minuten auf 145 Minuten täglich. Die Jugendlichen waren dabei stets die Altersgruppe mit der höchsten Nutzungsintensität.⁹ Die neuesten Entwicklungen sprechen für einen leichten Rückgang der Nutzungsdauer bei den 14- bis 19-Jährigen. Daten der „ARD/ZDF-Onlinestudie 2003“ zeigen: die Gruppe der 14- bis 19-Jährigen ist die einzige, in der die durchschnittliche Verweildauer zurückgeht, und die 20- bis 39-Jährigen überholen sie erstmals. Der Anstieg in diesen Altersgruppen geht, so die Autoren, ausschließlich auf das Konto der männlichen Nutzer.

⁸ Vgl. Internet 2002, S. 125.

⁹ Vgl. Eimeren 2003, S. 67.

Abbildung 3 Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung 1997-2003, Mo-So



Quelle: Eigene Darstellung nach ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 355.

Die rückläufige Verweildauer Jugendlicher im Internet ist auf den Nutzungsrückgang während der Woche zurückzuführen. Die Nutzungsdauer am Wochenende ist in jeder Altersgruppe weiter steigend, ein Indiz dafür, dass Onliner das Internet immer häufiger im privaten Umfeld und zu Hause nutzen.¹⁰ Daher wäre es sicher verfrüht, eine stagnierende Nutzungsdauer bei den Jugendlichen zu resümieren. Eher zeichnet sich bei den Jugendlichen eine ähnliche Tendenz wie in allen anderen Altersgruppen ab: eine rückgängige bzw. relativ konstante Nutzungsdauer während der Woche und eine Ausweitung an den Wochenenden.

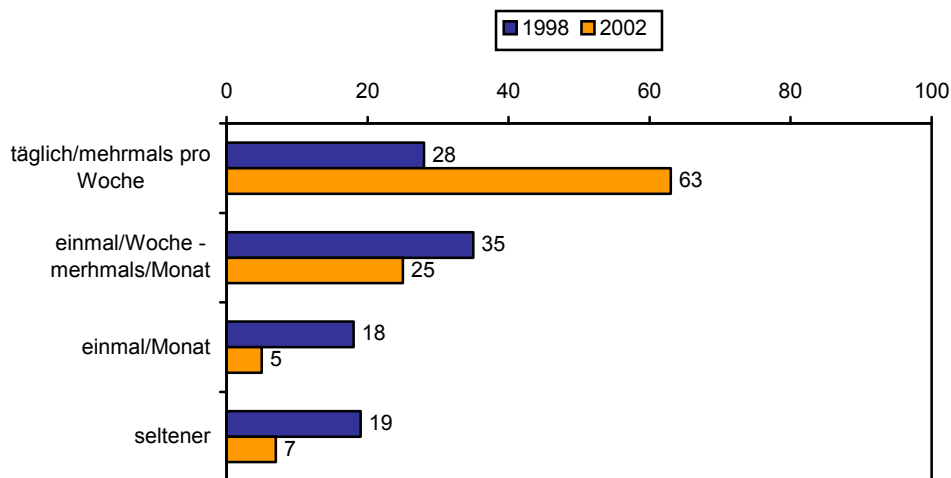
Deutliche Unterschiede gibt es hinsichtlich der Nutzungsdauer je nach Geschlecht, Alter und Bildungshintergrund: Die Evaluation eines Programms zur Förderung der Medienkompetenz Berliner Jugendlicher ergab, dass die Zeit mit dem Internet bei Jungen zwischen 16 und 19 sowie bei Realschülern sowie Gymnasiasten überdurchschnittlich hoch ist.¹¹

Ebenfalls steigend ist die *Frequenz* der Nutzung bei den jugendlichen Onlinern. Bei den 12- bis 19-jährigen Befragten der Studie „JIM“ äußert sich dies in einem rasant angestiegenen Prozentsatz derjenigen, die das Internet täglich oder mehrmals pro Woche nutzen. In 2002 gaben bereits drei Viertel der Jugendlichen an, täglich oder mehrmals pro Woche online zu gehen. Nur gut ein Zehntel gehen lediglich einmal im Monat oder seltener ins Internet. 1998 waren es noch knapp 40 Prozent. Das Internet hat sich als fester Bestandteil im Alltag etabliert.

¹⁰ Vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2003, S. 355f.

¹¹ Vgl. Delphi Gesellschaft für Forschung, Beratung und Projektentwicklung mbH: jugendnetz-berlin.de. Ein Programm zur Förderung der Medienkompetenz Berliner Jugendlicher. Evaluationsbericht im Auftrag der Jugend- und Familienstiftung des Landes Berlin. Berlin 2003, S. 19f.

Abbildung 4 Nutzungsfrequenz der Onliner 12-19 Jahre, Angaben in Prozent



Quelle: JIM 2002, S. 45.

Dabei gehen Jungen und Jugendliche im Alter von 14 bis 19 Jahren etwas häufiger online als die 12- bis 13-Jährigen.¹² Vom Bildungsgrad bleibt die Nutzungsfrequenz unberührt. Gymnasiasten und Hauptschüler surfen zu je 64 Prozent täglich oder mehrmals pro Woche,¹³ so sie das Internet überhaupt nutzen (was wiederum bei den Gymnasiasten wahrscheinlicher ist).

Allroundmedium für Jugendliche – mit Schwerpunkt Kommunikation und Unterhaltung

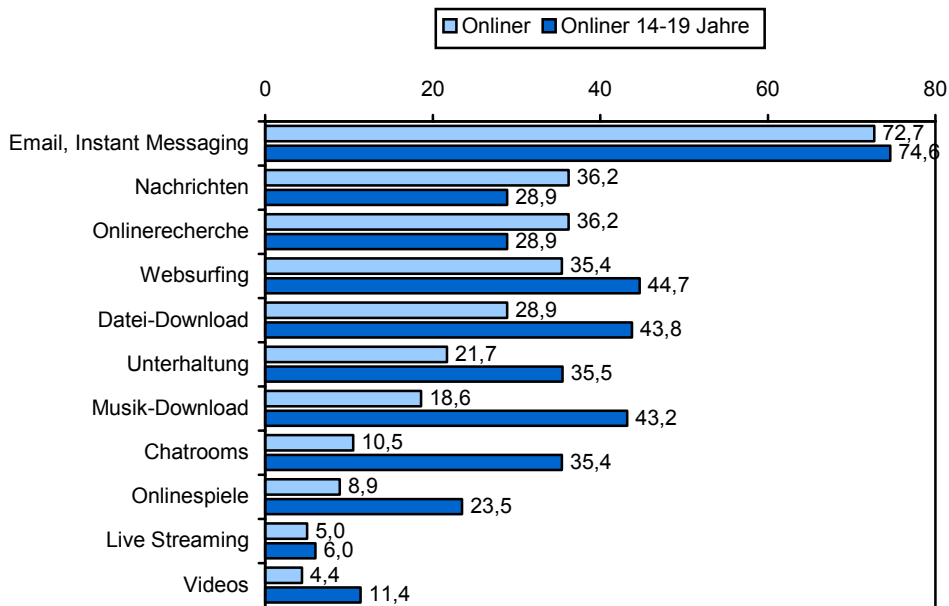
Fernsehen und Internet nehmen in der Mediennutzung und -einschätzung der Jugendlichen einen größeren Stellenwert ein als bei den Internetnutzern im Allgemeinen. Von Bedeutung sind diese Medien vor allem in ihrer Funktion als Unterhaltungsmedium. Dies sind die Hauptergebnisse aus dem „Special Jugendliche“ im Rahmen von „Internet 2002“.

Zu den häufigsten Online-Anwendungen gehören für die 14- bis 19-Jährigen das Empfangen und Versenden von E-Mails, allgemeines Surfen im Web und das Herunterladen von Dateien. Auffällig im Vergleich zur Gesamtgruppe der Onliner ist eine andere Gewichtung der Nutzungspräferenzen. Überdurchschnittlich häufig spielen Jugendliche im Vergleich zu den Onlinern insgesamt online, laden Musik herunter, greifen auf Unterhaltungsangebote zu und besuchen Chatrooms.

¹² Vgl. JIM 2002, S. 44.

¹³ Vgl. ebd.; vgl. Feierabend, Klingler 2003, S. 458f.

Abbildung 5 „Nutze ich häufig“... Onliner und jugendliche Onliner im Vergleich, Angaben in Prozent



Quelle: Erhebung 2002; n=1.200 Onliner, n=132 Onliner 14-19 Jahre

Die vorliegenden Referenzstudien bestätigen die Ergebnisse von „Internet 2002“ im Hinblick auf die Nutzungspräferenzen. Abweichende Resultate sind vorrangig auf unterschiedliche Antwortkategorien bei der Befragung zurückzuführen. Bevorzugte Tätigkeiten Jugendlicher sind das Empfangen

„Das Chatten und die Nutzung von Online-Spielen sind neben der Email-Funktion die bedeutsamsten Nutzungsformen Jugendlicher im Netz. Während Emails und – neu – Onlineauktionen noch eine generationenübergreifende Rolle spielen, dienen Chat und Spiele fast ausschließlich der jungen Generation.“

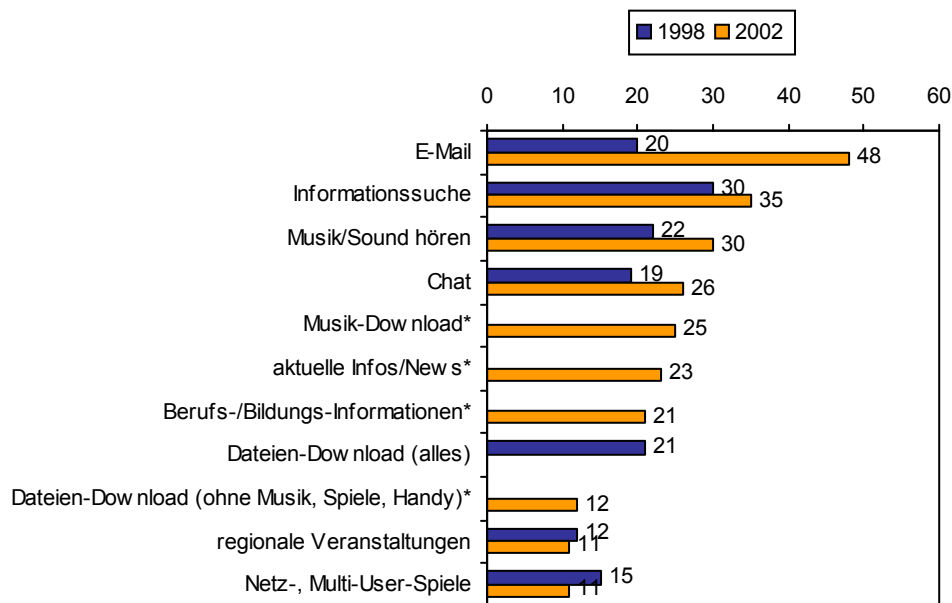
Christoph Gscheidle, BR Intendanz Medienforschung, Deutschland

und Versenden von E-Mails, Musik hören und Chats, zudem die Informationssuche. Die kommunikativen Möglichkeiten machen den zentralen Mehrwert des Internet für sie aus. Nicht interaktive bzw. –kommunikative Aktivitäten haben der Studie „Timescout“ von Viva Connect zufolge einen geringeren Stellenwert.¹⁴

Entsprechend haben sich im Zeitverlauf die Präferenzen bei den Onlineaktivitäten verlagert. Im Abschnitt „Wozu online?“ wurde bereits angesprochen, wie beliebt Instant Messaging gerade bei den Jüngeren ist. 1998 war die Informationssuche für Jugendliche noch die wichtigste Beschäftigung im Netz, gefolgt vom Musikhören und allgemeinem Datei-Download. Deutlich gestiegen ist gegenüber 1998 hingegen die Nutzung von E-Mail. Sie ist wie bei den Onlinern insgesamt mittlerweile die häufigste Aktivität.

¹⁴ Vgl. Gleich 2003, S. 195f.

Abbildung 6 Internetaktivitäten Onliner 12-19 Jahre 1998 und 2002, Angaben in Prozent



Quelle: JIM 2002, S. 48, * unterschiedliche Fragestellung

“We know the most important factor why people have gone online has been e-mail, the ability to communicate with wider networks. Eight years ago, five years ago, when you met somebody you might have said: ‘Do you have an e-mail address?’ Now, when you meet them, you say ‘What is your e-mail address?’ The expectation is that they have one.”

Jeff Cole, UCLA, USA

Eine E-Mail-Adresse ist mittlerweile fast so selbstverständlich wie die Telefonnummer geworden. Die Hälfte der Jugendlichen haben eine eigene E-Mail-Adresse, ein Drittel sogar mehrere. Der Anteil der Jugendlichen ohne eigene Adresse ist zwischen 1998 und 2002 von 32 Prozent auf 20 Prozent gesunken. Nur die ganz Jungen (12-13 Jahre) sind meist ohne E-Mail-Adresse.¹⁵

Abbildung 5-10 zeigt auch, dass sich das Anwendungs- und Inhaltsspektrum bei der Internetnutzung erweitert hat. Da die Themeninteressen und die Freizeitaktivitäten Jugendlicher im Zeitraum zwischen 1998 und 2002 weitgehend stabil geblieben und von den üblichen geschlechtsspezifischen Unterschieden geprägt sind, müssen die Gründe für die größere Bandbreite der Internetaktivitäten andere sein. Sie dürften darauf zurückzuführen sein, dass sich die Angebote im Internet in den letzten Jahren technisch und inhaltlich entwickelt und ausdifferenziert haben. Zum anderen dürfte die wachsende Erfahrung mit dem Netz eine Rolle spielen.

Insgesamt scheint die Internetnutzung Jugendlicher allerdings aktiver, kommunikativer und weniger pragmatisch abzulaufen als bei Onlinern im Allgemeinen. Surfen, Besuche in Chatrooms und Newsgroups, das Spielen

¹⁵ Vgl. JIM 2002, S. 49.

im Netz – all dies findet bei den Jugendlichen häufiger statt.¹⁶ Sie setzen das Internet multifunktional und spielerisch im Alltag ein: „Im Vergleich zu seinen Anfangstagen hat das Internet offensichtlich eine Bedeutungs- bzw. Funktionserweiterung, wenn nicht sogar einen Funktionswandel erfahren, die bzw. der vor allem durch junge Nutzer zustande gekommen ist.“¹⁷

Interessant sind die Ergebnisse, die die Gruppe der Jugendlichen weiter differenziert. Eine Untersuchung mit Schweizer Schülern zwischen 12 und 19 Jahren diente als Basis für eine Nutzertypologie anhand einer hierarchischen Clusteranalyse. Die Nutzertypen wurden darin abhängig von der Erfahrung definiert in Unerfahrene, Pragmatiker und Enthusiasten.¹⁸ Es sind am ehesten die Enthusiasten, die dem aus „Internet 2002“ gewonnenen Bild von den jugendlichen Onlinern entsprechen: Internetnutzer, die das Internet in ihrer Freizeit intensiv und vielfältig nutzen, den Unterhaltungswert schätzen, dem Medium gegenüber sehr positiv eingestellt sind und sich für kompetent im Umgang mit dem Internet halten. Die Studie verweist aber auch darauf, dass es unter den Jugendlichen genau wie in der Gesamtbevölkerung auch, eher pragmatische und zurückhaltende Nutzer gibt, die weniger erfahren sind bzw. das Internet nicht aus eigener Motivation, sondern deshalb nutzen, weil es als Lerninstrument im Klassenraum eingesetzt wird. Mädchen sind bei den „Unerfahrenen“ überrepräsentiert.¹⁹

Das Internet, der tägliche Begleiter

Aufschlussreich hinsichtlich der Einstellungen der Jugendlichen zum Internet sind Ergebnisse zu den Meinungen zur Onlinenutzung bzw. zum Image des Internet. Die Erhebung solcher Daten bietet die Möglichkeit, einen besseren Einblick in die Motivationen der Internetnutzer, online zu gehen, und die Funktionen, die das Internet im Alltag Jugendlicher hat, zu bekommen.

Die Vielzahl der Statements zu den Motiven der Internetnutzung, die eine hohe Zustimmung bei den Jugendlichen erlangen, zeigen, dass das Medium äußerst universell eingesetzt wird. Zum einen gehört die Nutzung des Internet für Jugendliche heute einfach dazu. Zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen sind dieser Ansicht. Sie empfinden es ferner als nützlich für Schule und Ausbildung, sind der Ansicht, es böte neue und lustige Dinge, sei gut, um neue Leute kennen zu lernen. Gleichzeitig stimmen nur 15 Prozent der Aussage zu, das Internet sei ein Muss, wenn man dazu gehören will, noch weniger sei es dazu gut, Kontakt mit Politikern aufzunehmen oder mit anderen Jugendlichen über Politik zu diskutieren.²⁰

Im Vergleich zu den Internetnutzern im Allgemeinen ist Jugendlichen ein spielerischerer Umgang mit dem Medium zu eigen. Entsprechend leichter tun Jugendliche sich, sich mit dem Internet vertraut zu machen. Im Vordergrund bei den Motiven der Nutzung steht für die 14- bis 19-Jährigen die

¹⁶ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 347.

¹⁷ Gleich 2003, S. 196.

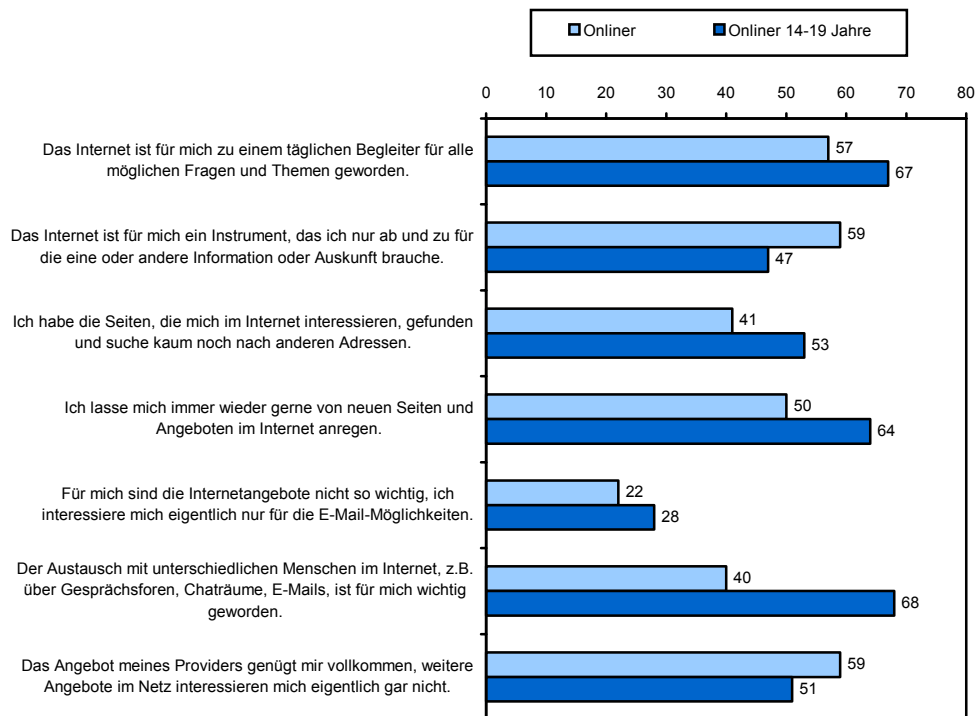
¹⁸ Vgl. a.a.O., S. 195.

¹⁹ Vgl. ebd.

²⁰ Vgl. JIM 2002, S. 51.

Kommunikation und der Unterhaltungswert. Sie sehen es weniger als Gebrauchs-, denn als Erlebnismedium.

Abbildung 7 Meinungen zur Nutzung des Internets, Angaben in Prozent



Quelle: eigene Darstellung nach Eimeren, Birgit van: Internetnutzung Jugendlicher. In: Media Perspektiven 2/2003, S. 69.

Obwohl viele Jugendliche insgesamt gern neue Angebote im Internet entdecken und schätzen, dass das Internet ihnen immer wieder neue Dinge bietet, folgt ihre Nutzung gleichzeitig gewissen Routinen. „Die Aufgeschlossenheit gegenüber dem Internet und die theoretische in hohem Umfang wahrgenommenen Möglichkeiten stehen bei den Jugendlichen in seltsamen Widerspruch zu einem gewissen Grad an Habitualisierung im Umgang mit dem Netz.“²¹ Über die Hälfte geben an, bestimmte, ihnen bekannte Seiten immer wieder anzusteuern.

Unterschiede in diesen Punkten sind nicht nur zwischen Onlinern und den jugendlichen Onlinern, sondern auch innerhalb der Gruppe der jungen Onliner festzustellen. Behandelt werden in den Referenzstudien Unterschiede zwischen den Geschlechtern; interessant wäre in diesem Zusammenhang eine Auswertung entlang unterschiedlicher Bildungsniveaus. Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen gibt es bei den Einschätzungen zur Bedeutung der E-Mail-Kommunikation und der Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Angeboten. Mädchen sind eher der Meinung als Jungen, die E-Mail-Möglichkeiten seien wichtiger als die Internetangebote.²² Eher als die Jun-

²¹ Eimeren 2003, S. 69f.

²² Vgl. ebd.

gen sagen die befragten Mädchen, dass sie kaum noch nach neuen Adressen im Internet suchen, während mehr Jungen angeben, sich immer wieder gerne von neuen Seiten und Angeboten im Internet anregen zu lassen.²³

Die Analyse von Ekkehardt Oehmichen und Christian Schröter zum „Funktionswandel der Massenmedien durch das Internet“ hat gezeigt, dass das neue Medium den Onlinern zunehmend wichtiger für die Information und die Orientierung wird (vgl. Wozu online?). Die Ergebnisse zeigen gleichzeitig, dass das Internet besonders für die Jüngeren eine große Rolle für die Informiertheit, die Orientierung, die Kommunikation und für die Unterhaltung spielt. 39 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzen am ehesten/meisten das Internet, weil es ihnen Spaß macht. Auch die Eskapismusfunktion, „weil ich damit den Alltag vergessen möchte“, erhält bei den jungen Onlinern ein Viertel der Nennungen.²⁴

Die Internetnutzung ist nicht unabhängig von Inhalten im Fernsehen oder Zeitschriften zu sehen. Die Jugendlichen nutzen „cross-medial“²⁵, informieren sich im Internet über interessante Themen, die sie in den klassischen Medien aufgegriffen haben. Damit ist auch das Denken in den typischen Mediengattungen beinahe obsolet, zumindest aus einer wirtschaftszentrierten Perspektive: „Die Farbpalette der Medien wird von den Jugendlichen zu bunt gemischt, ein schwarz-weißes Denken würde dieser Palette nicht gerecht werden. Die Zukunft im Jugendmarketing liegt in den Synergieeffekten der Medien – Crossmedia.“²⁶ Gelten dürfte wiederum, dass es eben auf die konkreten Inhalte ankommt, ob eine cross-mediale Nutzung oder eine getrennte Nutzung stattfindet. Die Querverweise im Internet auf Angebote in den klassischen Medien und in den klassischen Medien auf Webseiten im Internet sprechen für diese These.

Online? Nicht nur, aber auch

Viele Jugendliche hören neben der Internetnutzung Musik, telefonieren oder schauen fern. Dies geschieht in deutlich höherem Ausmaß als bei den Onlinern im Allgemeinen. Nur 19 Prozent der Onliner zwischen 14 und 19 Jahren üben parallel zum Internet *keine* Nebentätigkeiten aus.

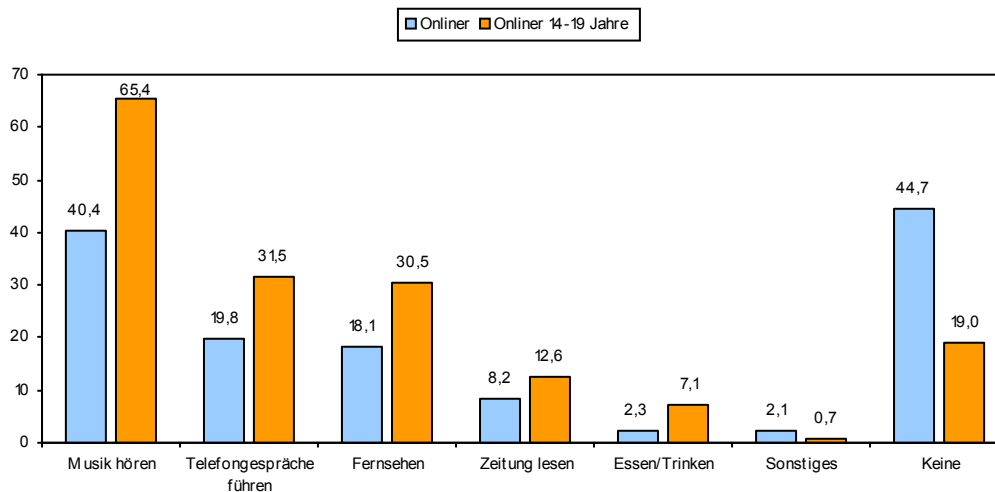
²³ Vgl. Eimeren 2003, S. 69f.

²⁴ Vgl. Oehmichen, Schröter 2003, S. 376.

²⁵ Vgl. Gerhards, Klingler 2003, S. 125.

²⁶ Vgl. IP Multimedia (Schweiz) AG: Jugendliche und Medien: Fragen und Antworten zum Mediengebrauch. http://www.ipmultimedia.ch/downloads/onair/onair_1-02.pdf [02.09.2003]

Abbildung 8 Paralleltätigkeiten: Onliner und jugendliche Onliner im Vergleich, Angaben in Prozent



Quelle: Erhebung 2002

Von den Onlinern zwischen 14 und 29 Jahren geben 14 Prozent an, dass es häufig vorkommt, dass der Fernseher während der Onlinenutzung nebenbei läuft, und 13 Prozent, dass dies gelegentlich vorkommt.²⁷ Dies ist gegenüber den Onlinern insgesamt ein leicht überdurchschnittlicher Wert.

Es handelt sich hierbei um ein interessantes Phänomen, dass die Jugendlichen eher zu Paralleltätigkeiten neigen. Dies verleitet zu der Annahme, dass sie unkonzentriert zu viele Dinge auf einmal erledigen, muss aber nicht zwangsläufig bedeuten, dass sie weder das eine noch das andere konzentriert tun. Musik hören ist eine typische Nebentätigkeit, und denkbar ist auch, dass während des Aufrufens von Internetseiten oder des Downloads von Dateien keine ausschließliche Konzentration auf den Rechner nötig ist. Vielleicht spiegelt dieses Phänomen auch einen aktiveren, geschäftigeren Lebensstil wider.²⁸

“There are several peculiar reasons or factors of the ‘multi-tasking’ tendencies among younger users. One is that they have a lot of other leisure activities to do in their daily lives, compared with elderly people. The second factor is their high competence in doing many things simultaneously because they are just physically young and active compared with older people. These factors suggest that this peculiar usage pattern might not become the dominant pattern of Internet usage in general, but still remains the usage unique to the younger generation.”

Shunji Mikami, Toyo University, Japan

Das Interesse an der Jugendforschung und speziell, wenn es um Jugend und ihr Verhältnis zu den neuen Medien geht, ist oftmals mit dieser Frage verbunden: Haben die Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher Einfluss auf die Kommunikationsgewohnheiten in der Bevölkerung und auf die Entwicklung sozialer Gewohnheiten? Die Auffassung, die Jugend sei ‚die Zukunft‘, so

²⁷ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 351.

²⁸ Vgl. Robinson et al. 2002, S. 256.

Maren Hartmann, sage oftmals mehr über die derzeitige ältere ‚Generation‘ und ihre Wünsche und Ängste als über die aktuelle Jugend und spiegele die aktuelle gesellschaftliche und politische Gemengelage.²⁹ Der Versuch, über die Betrachtung der Internetnutzung Jugendlicher Aussagen über künftige Entwicklungen bei der Internetnutzung in der Bevölkerung zu treffen, erfordert somit eine Differenzierung.

„So one of the questions is, if everyday life of young adults had indeed been infiltrated by new technologies, would this be enough to define them as a new generation? (...) To me it seems that one needs to continuously try to differentiate between the use of technologies as such and use of the content.“³⁰

Geht es ganz allgemein um die Frage nach der Einbeziehung neuer Medien in den Alltag, ist sicher zu bejahen, dass die Jugendlichen hier eine Entwicklung mitbestimmen, die sich in Zukunft fortschreiben dürfte. Was die Art und den Umfang der genutzten Inhalte betrifft, ist eine solche Aussage nicht so einfach zu treffen. Es gibt zu viele kontext- und altersabhängige Entwicklungsfaktoren, die dazu beitragen, dass Jugendliche andere Interessen haben als Erwachsene, die im Beruf stehen und Familie haben.

²⁹ Vgl. Hartmann, Maren (SMIT): Young people = ‚young‘ uses? Questioning the ‚key generation‘. Paper prepared for the EMTEL-panel at the 23rd Conference of the International Association of Media and Communication Research (IAMCR), Barcelona, 21st-26th of July 2002. http://portalcomunicacion.com/bcn2002/n_eng/programme/prog_ind/papers/h/pdf/h008_hartm.pdf [16.07.03], S. 2. Künftig zitiert: Hartmann 2002.

³⁰ Hartmann 2002.